



Social Networking

กับการประยุกต์ใช้ในมหาวิทยาลัย

รจเรชา วิชาวุฑฒิกุล*

บทนำ

ในช่วงประมาณเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2552 ที่ผ่านมา หลายคนอาจสังเกตเห็นถึงการแพร่หลายของการใช้สื่อสมัยใหม่ (New Media) ที่เป็นเทคโนโลยี Web 2.0 เช่น Twitter และ Facebook ซึ่งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นประวัติศาสตร์ในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2552 โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรีได้เสนอในที่ประชุมคณะกรรมการโฆษกกระทรวงและส่วนราชการ ให้โฆษกประจำกระทรวงใช้ Twitter และ Facebook ในการประชาสัมพันธ์ข่าวผ่านทางสื่อออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้สื่อมวลชนได้รับข่าวสารรวดเร็วโดยไม่ต้องรอฟังการแถลงข่าว นอกจากนั้น รัฐบาลยังให้การสนับสนุนภาคเอกชนในการใช้ New Media กับโอกาสทางธุรกิจ ตลอดเดือนพฤศจิกายน 2552 มีบรรยากาศตื่นตัวในเรื่อง web 2.0 ในประเทศไทย โดยมีการจัดงานสัมมนาต่างๆ ทั้งโดยภาครัฐและภาคเอกชน เช่น งานสัมมนา New Media Forum งานค่ายความคิด (ThinkCamp) ครั้งที่ 2 งาน WordCamp Bangkok 2009 และงาน Twitter for Business Conference (TWTCON BKK 2009) เป็นต้น ซึ่งความเคลื่อนไหวเหล่านี้ เป็นความชัดเจนของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี web 2.0 ซึ่งมีลักษณะ user-generated content ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหาเองได้ใช้ชีวิต และทำงานร่วมกันเป็นสังคมออนไลน์ (Social Networking)

สำหรับในแง่ของสื่อมวลชนแล้ว นี่คือนยุคของ Citizen Journalism ที่ทุกคนมีสื่ออยู่ในมือ ทุกคนสามารถทำตัวเป็นนักข่าวพลเมืองได้โดยใช้อุปกรณ์สื่อสารที่มีติดตัว เช่น โทรศัพท์ กล้องถ่ายรูปและวิดีโอดิจิทัลแบบมือถือ และสร้างสื่อในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่าสื่อสังคม (Social Media) ขึ้นมา นับเป็นพัฒนาการอีกขั้นหนึ่งของระบบอินเทอร์เน็ตจากยุค Web 1.0 ซึ่งมีลักษณะของ Read-only Content มาเป็นยุค Web 2.0 ซึ่งเป็น Read/Write Web และกำลังจะก้าวเข้าสู่ Web 3.0 ต่อไปในปี ค.ศ. 2010 นี้ และนั่นคือยุคทองของ Mobile Internet เราสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ทุกที่ทุกเวลา แบบ real-time communication ดังคำกล่าวของ Joy Eggerichs ที่ว่า "We no longer search for the news, the news finds us. In the near future we will no longer search for products and services, they will find us via social media".⁽¹⁾

และจากการที่ผู้เขียนได้มีโอกาสเข้าร่วมประชุม 5thOS-APPLE (The Fifth OS Asia Pacific Professional Leaders in Education) ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย ระหว่างวันที่ 24-26 พฤศจิกายน 2552 ที่ผ่านมา พบว่าในงานสัมมนาดังกล่าวมีการพูดถึง Social Networking กับสถาบันอุดมศึกษา⁽²⁾ มีการประยุกต์ใช้ประโยชน์ทั้งทางด้านการเรียนการสอน การ

* นักเอกสารสนเทศ ชำนาญการ หัวหน้างานสารสนเทศและห้องสมุดสตางค์ มงคลสุข คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล / ประธานเครือข่ายผู้ดูแลเว็บไซต์ (webmaster) มหาวิทยาลัยมหิดล Twitter: @ruchareka Blog: <http://ruchareka.wordpress.com>

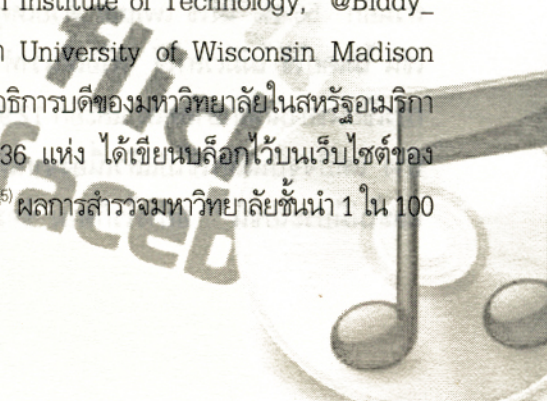
รับสมัครและคัดเลือกเข้าศึกษาต่อ กิจกรรมนักศึกษา คิซย์เก๋าสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ การตลาด และการสร้างแบรนด์ให้แก่มหาวิทยาลัย ปัจจุบันมีบริษัทที่ปรึกษาประเภท Higher Education Marketing รับออกแบบและวางระบบ Social Web ให้แก่มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยเกิดขึ้นจำนวนมาก โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ Word-of-Mouth และแพร่กระจายได้รวดเร็วแบบไวรัล (Viral Marketing) นับเป็นแนวโน้มของอินเทอร์เน็ตที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินกิจการของมหาวิทยาลัยในระดับนานาชาติ ดังนั้น บทความนี้จึงเป็นการรวบรวมเรื่องราวความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และ Web 2.0 กับกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัยในปัจจุบันมาเล่าสู่กันฟัง ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้อ่านได้แนวความคิดหรือเกิดประเด็นในการนำมาประยุกต์ใช้กับมหาวิทยาลัยของประเทศไทยต่อไป

Social Networking กับการประยุกต์ใช้ในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ

เครื่องมือที่ใช้สร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ขึ้นภายในมหาวิทยาลัยและกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มของอาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรในแวดวงทางการศึกษา ได้แก่ Twitter, Facebook, LinkedIn, MySpace, Ning, Zinch, YouTube, และ Flickr บนหน้าแรกของเว็บไซต์ทางการของมหาวิทยาลัยมักมีการใส่ social media icons เอาไว้ด้วยอย่างน้อย 2-3 ชนิดเพื่อความสะดวกในการใช้งาน มีการประยุกต์ใช้ Facebook ในการรับเข้าศึกษาต่อ (Admission) การใช้ Twitter สำหรับจัดทำ Campus Buzz การใช้ Flickr และ YouTube สำหรับจัดทำประมวลภาพกิจกรรมนักศึกษา การให้นักศึกษาพูดคุย แสดงความคิดเห็นผ่านทาง Blog เป็นต้น มหาวิทยาลัยหลายแห่งเข้าร่วมกิจกรรมกับบริการออนไลน์สาธารณะ เช่น YouTubeEDU การใช้ Google Apps for Education สำหรับโรงเรียนมัธยม การใช้ Mobile Learning ผ่าน iTunes U ของบริษัท Apple

ซึ่งเป็นคลังจัดเก็บบทเรียน เอกสารประกอบการบรรยาย สไลด์นำเสนอ คลิปวิดีโอ รายการวิทยุ รายการภาพยนตร์ และโทรทัศน์ของทางมหาวิทยาลัย คลิปเสียง podcast รายวิชาต่างๆ สำหรับการเรียนทางไกล ซึ่งนักศึกษาสามารถใช้งานได้ทั้งบนโทรศัพท์มือถือ และเครื่องคอมพิวเตอร์พกพา มีการใช้ web-based technology ในระดับต่างๆ ตั้งแต่การใช้เว็บไซต์แบบพื้นฐาน ไปจนถึงการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ชนิดบูรณาการเต็มรูปแบบเพื่อการประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กร การสร้างอัตลักษณ์และแบรนด์ของมหาวิทยาลัย การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อ และการสร้างคิซย์เก๋าสัมพันธ์ ซึ่งมหาวิทยาลัยบางแห่งได้เริ่มดำเนินการไปแล้ว⁽³⁾ นอกจากนี้ ยังมีเทคโนโลยี web 2.0 แบบอื่นๆ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม เช่น การนำ QR Codes (quick response หรือ two-dimensional bar code) มาใช้กับ Mobile Web เพื่อประโยชน์ในงานด้านต่างๆ ทั้งการประชาสัมพันธ์ การเรียนการสอน และการวิจัย และห้องสมุด การใช้ Cell Phone Technology ในการติดตามพัฒนาการทางด้านการเรียนของนักศึกษา โดยเฉพาะในเรื่องของการฝึกพูดภาษาต่างประเทศ การให้นักศึกษาอ่านหนังสือและตำราด้วยเครื่อง E-book Readers เช่น Kindle ของ Amazon หรือ Nook ของ Barnes & Noble แทนการใช้ตัวเล่มหนังสือ เป็นต้น

การใช้ Social Networking ในวงการอุดมศึกษามีทั้งใช้เป็นการส่วนตัว ในนามของมหาวิทยาลัย หรือในนามของคณะ สถาบัน ห้องสมุด หรือหน่วยงานต่างๆ มีอธิการบดีของมหาวิทยาลัยบางแห่งในสหรัฐอเมริกา ได้เริ่มใช้ Twitter แล้ว ตัวอย่างเช่น @Paydar จาก Indiana University East, @PresidentMaples จาก Oregon Institute of Technology, @Bididy_Martin จาก University of Wisconsin Madison เป็นต้น⁽⁴⁾ มีอธิการบดีของมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา จำนวนกว่า 36 แห่ง ได้เขียนบล็อกไว้บนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย⁽⁵⁾ ผลการสำรวจมหาวิทยาลัยชั้นนำ 1 ใน 100





อันดับแรกของสหรัฐอเมริกา จากการจัดอันดับของ US News and World Report 2010 College Rankings เมื่อเดือนกันยายน 2552 พบว่า มหาวิทยาลัยที่มีการใช้ Twitter และมีผู้ติดตาม (Followers) มากเกิน 10,000 ราย สูงสุด 3 อันดับแรก คือ Harvard University, Stanford University และ Yale University ซึ่งล้วนเป็น มหาวิทยาลัยชั้นนำอันดับต้นของโลกทั้งสิ้น มหาวิทยาลัยต่างๆ มีการสร้างบัญชีผู้ใช้ (twitter account) จำนวนตั้งแต่ 1 ถึง 24 บัญชี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 8.4 บัญชี อย่างไรก็ตามพบว่าพฤติกรรมการใช้ Twitter สำหรับกิจกรรมของมหาวิทยาลัยจะมีลักษณะเป็นการกระจายข่าว (Broadcasting) มากกว่าจะใช้ในการสนทนา (Conversations)⁽⁶⁾ ส่วนความคิดเห็นต่อประโยชน์ในการใช้ Twitter กับงานด้านการเรียนการสอน ยังคงเป็นที่ถกเถียงกันถึงข้อดีข้อเสีย เมื่อเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2552 บริษัท Faculty Focus ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้ Twitter ของอาจารย์และแนวโน้มที่จะนำมาใช้ในชั้นเรียนพบว่า 30.7% ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้นิยมใช้ Twitter และเห็นประโยชน์ต่อการนำมาใช้ในชั้นเรียน รวมทั้งติดตามความก้าวหน้าในการเรียนของนักศึกษา ส่วนอีก 56.4% ไม่ใช้ twitter ด้วยเหตุผลต่างๆ กัน เช่น ไม่เคยใช้ ไม่มีเวลาใช้ หรือเห็นว่าทำให้ทักษะด้านการเขียนของนักศึกษาลดลง และอีก 12.9% เคยลองใช้บ้าง แต่ปัจจุบันเลิกใช้ไปแล้วเนื่องจากเห็นว่าเสียเวลาและไม่มีความประโยชน์⁽⁷⁾ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจาก 2009

Horizon Report ตามโครงการ Horizon Project ของประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ได้รายงานเทคโนโลยีอุบัติใหม่ (Emerging Technologies) ที่จะเกิดขึ้นภายในระยะเวลาอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งมีผลกระทบต่อวงการการศึกษาว่าในปีแรกจะเป็นยุคของ Mobile Internet⁽⁸⁾ อย่างแน่นอน จากผลการศึกษาของ McKinney, D.⁽⁹⁾ ผู้เขียนบทความเรื่อง iTunes University and the classroom: Can Podcasts Replace Professors? พบว่านักศึกษาที่ฟังบรรยายโดยใช้ Podcasts ได้ผลคะแนนการสอบดีกว่านักศึกษาที่นั่งฟังบรรยายโดยตรงในห้องเรียน ในปัจจุบันมีมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกาหลายแห่งหันได้นำ iTunes U ของบริษัท Apple มาใช้ในการเรียนการสอนแล้ว นอกจากนั้น มหาวิทยาลัย Yale, Oxford, University of California และ Princeton University มีนโยบายให้นักศึกษาใช้ Kindle E-book Reader ของบริษัท Amazon ในการอ่านหนังสือและตำราเรียน เพื่อลดการใช้กระดาษ ห้องสมุดประชาชนนครนิวยอร์ก เปิดให้บริการยืม-คืนหนังสือในลักษณะ Mobile Reading โดยใช้เครื่อง Sony 3G E-book Reader จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีเหล่านี้มีผลกระทบทั้งในแง่บวกและในแง่ลบกับการเรียนการสอน และการบริการห้องสมุดแบบดั้งเดิมอย่างแน่นอน จึงเป็นสิ่งที่ผู้อยู่ในแวดวงด้านการศึกษาของประเทศไทย ควรจะต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมทางสังคมกันอย่างใกล้ชิด รวมทั้งศึกษาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสังคมไทยต่อไป



บทส่งท้าย

บางคนอาจคิดว่าการใช้ Social Networking เป็นการทำตามแฟชั่น แต่ที่จริงแล้วเป็นการปฏิวัติวงการอินเทอร์เน็ตเข้าสู่ยุคของ Web 2.0 ซึ่งต่อไปกำลังจะกลายเป็น Web 3.0 ตามลำดับ ข้อควรระวังคือ เทคโนโลยีทุกอย่างเปรียบเสมือนดาบสองคม ทุกคนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อข้อความที่เผยแพร่บนสังคมออนไลน์ของตนเอง ควรคำนึงถึงคุณค่าและประโยชน์ต่อส่วนรวมเป็นหลัก ควรใช้เวลากับ Social Networking อย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่า ไม่เสียเวลาไปกับกิจกรรมไม่พึงประสงค์ที่เปล่าประโยชน์ การเล่นเกมบน Facebook เป็นการเผาเวลา ผลาญเงิน และ Internet Bandwidth การพูดคุยไร้สาระบน Twitter ทำให้เสียเวลา เสียสมาธิในการทำงาน การแสดงความคิดเห็นต่างๆ ในทางด้านลบอาจสะท้อนถึงชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ทั้งของตัวเองและของสถาบัน อย่างไรก็ตาม หากสถาบันใดมีบุคลากรที่แสดงความคิดเห็นทางบวกบน Social Network เป็นจำนวนมาก องค์กรนั้นจะมีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมภาพลักษณ์ สร้างความแข็งแกร่งของเครือข่ายชุมชน แลกเปลี่ยนความรู้ และสร้างการเป็นที่ยอมรับให้แก่สถาบันได้อย่างมหากาลเลยทีเดียว



รายการอ้างอิง

1. Eggerichs, J. "RIDGEWOOD ROCK: We no longer search for the news, the news finds us". [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.joyeggerichs.com/2009/08/we-no-longer-search-for-news-news-finds.html> 2009.
2. "QS-APPLE - The Prime Conference and Exhibition for Top International Educators in Asia, Europe, America and Australasia". [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.qsapple.org> 2009.
3. Niland, L. and Caplan, J. "Use of Web-based Technology to Support Communications and Marketing at Educational Institutions". Report of Findings of a Survey Conducted in Preparation for the CASE Communications, Marketing & Technology Workshop, Cognitive Marketing Inc., 2009.
4. Ward, BJ. "When Chancellors Tweet". [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://squaredpeg.com/index.php/2009/11/30/chancellors-tweet/> 2009.
5. Johnson, B. "Recently in Presidents Who Blog Category". [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.bobjohnsonblog.com/presidents-who-blog/> 2009.
6. "How the Top 100 Colleges & Universities are Using Twitter - U&C". [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://universitiesandcolleges.org/top-100-colleges-twitter/> 2009.
7. Faculty Fous Special Report. "Twitter in Higher Education: usage habits and trends of today's college faculty". [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.facultyfocus.com/free-report/twitter-in-higher-education-usage-habits-and-trends-of-todays-college-faculty/> 2009.
8. The New Media Consortium. "2009 Horizon Report Australia-New Zealand Edition". [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://wp.nmc.org/horizon-anz-2009/> 2009.
9. McKinney, D., Dyck, J. and Lubet, E. (2009) "iTunes University and the classroom: Can podcasts replace Professors?" Computers and Education, Vol. 52, No. 3, pp. 617-623.

รายชื่อ URL ของเว็บไซต์ Social Networking Tools

- Facebook [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.facebook.com>
- Flickr [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.flickr.com>
- Google Apps for Education [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.google.com/a/help/intl/en/edu/>
- iTunes U [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.apple.com/education/mobile-learning/>
- LinkedIn [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.linkedin.com>
- MySpace [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.myspace.com>
- Ning [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.ning.com>
- Twitter [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://twitter.com>
- YouTube [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.youtube.com>
- YouTubeEDU [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.youtube.com/edu>
- Zinch.com [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.zinch.com>